



日 本 国 特 許 庁
JAPAN PATENT OFFICE

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日

Date of Application:

2001年 6月 4日

出 願 番 号

Application Number:

特願2001-168487

出 願 人

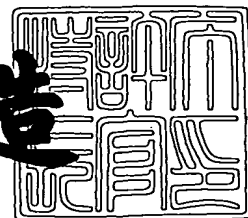
Applicant(s):

株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント

2001年 6月19日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3057314

【書類名】 特許願

【整理番号】 SCEI01014

【提出日】 平成13年 6月 4日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G09F 27/00
G09F 17/30
G09F 12/00
G09F 17/60

【発明の名称】 注文受け付け装置および方法、記憶媒体、ポイントサービス方法

【請求項の数】 10

【発明者】
【住所又は居所】 東京都港区赤坂7丁目1番1号 プレイステーション・ドットコム・ジャパン株式会社内

【氏名】 桑原 透

【特許出願人】
【識別番号】 395015319
【氏名又は名称】 株式会社 ソニー・コンピュータエンタテインメント

【代理人】
【識別番号】 100084032
【弁理士】
【氏名又は名称】 三品 岩男
【電話番号】 045(316)3711

【選任した代理人】
【識別番号】 100087170
【弁理士】
【氏名又は名称】 富田 和子
【電話番号】 045(316)3711

【先の出願に基づく優先権主張】

【出願番号】 特願2000-172044

【出願日】 平成12年 6月 8日

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011992

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9912211

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 注文受け付け装置および方法、記憶媒体、ポイントサービス方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】

商品発注装置からの商品取引注文をネットワークを介して受け付ける注文受け付け装置であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とを少なくとも含む商品情報を記憶する第 1 の記憶手段と、

特定の商品について、この特定商品に適用する期間と、注文に係る日付がこの期間に含まれる特定商品に適用される、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する第 2 の記憶手段と、

前記特定商品以外の商品、および、注文に係る日付が前記期間に含まれない前記特定商品に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する第 3 の記憶手段と、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

第 1 の記憶手段を参照して、前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、

第 2 および第 3 の記憶手段を参照して、前記特定商品と、この商品に適用する期間と、個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する手段とを有することを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 2】

請求項 1 に記載の注文受け付け装置であって、

ポイント生成手段をさらに有し、

このポイント生成手段は、

前記商品発注装置から、注文商品を特定する情報を含む発注要求を受け付けると、

特定された注文商品が、第 2 の記憶手段に記憶されている特定商品であって、

当該注文に係る日付が、その特定商品に関連付けられた期間に含まれる期間内特定商品であるかどうかを判断し、

期間内特定商品については、この特定商品に適用する個別パラメータに基づいて、もしくは、この特定商品に適用する個別パラメータと特定商品の販売価格とに基づいて定められる第 1 のポイントを算出し、

期間内特定商品以外の商品については、汎用パラメータに基づいて、もしくは、汎用パラメータとその商品の販売価格とに基づいて定められる第 2 のポイントを算出し、

第 1 のポイントと第 2 のポイントの合計ポイントを前記発注装置に出力することを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 3】

請求項 2 に記載の注文受け付け装置であって、

前記発注装置のユーザの識別情報を受け付ける手段と、

前記合計ポイントを、前記受け付けた識別情報と関連付けて記憶する第 4 の記憶手段とをさらに有することを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 4】

請求項 2 に記載の注文受け付け装置であって、

前記汎用パラメータは、商品の販売価格に対する比率を定める値であり、

前記第 2 のポイントは、この比率と商品の販売価格とを掛け合わせるにより定められることを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 5】

請求項 2 に記載の注文受け付け装置であって、

前記特定パラメータは、前記特定商品の販売価格に対する比率を定める値であり、

前記第 1 のポイントは、この比率と特定商品の販売価格とを掛け合わせるにより定められることを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 6】

請求項 2 に記載の注文受け付け装置であって、

前記特定パラメータは、前記第 1 のポイント数を定めることを特徴とする注文

受け付け装置。

【請求項 7】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け方法であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する段階と、

特定の商品について、この特定商品に適用する期間と、注文に係る日付がこの期間に含まれる特定商品に適用される、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する段階と、

前記特定商品以外の商品、および、注文に係る日付が前記期間に含まれない前記特定商品に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する段階と、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

前記商品情報を前記商品発注装置に表示させるとともに、

前記特定商品と、この商品に適用する期間と、個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に表示させる段階とを有することを特徴とする注文受け付け方法。

【請求項 8】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け処理をコンピュータに実行させるためのプログラムであって、以下の処理をコンピュータに実行させる：

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する処理；

特定の商品について、この特定商品に適用する期間と、注文に係る日付がこの期間に含まれる特定商品に適用される、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する処理；

前記特定商品以外の商品、および、注文に係る日付が前記期間に含まれない前記特定商品に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する前記特定商品と、この商品に適用する期間と、個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に表示させる処理。

【請求項 9】

請求項 8 に記載したプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【請求項 10】

オンラインショップにおいて商品を購入した顧客に対して、その購入金額に応じたポイントを付与するポイントサービス方法であって、

注文受付の際に、商品と、ポイント算定に必要な情報と、この情報を適用する期間とを関連付けたデータを含むファイルを参照することにより、商品の購入日付に応じて、付与するポイントの算出方法を変化させることを特徴とするポイントサービス方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、商品等を購入した顧客に付与するポイントに関するものである。特に、コンピュータネットワークを利用し、オンラインで行なう商取引におけるポイントサービスに関する。

【0002】

【従来の技術】

顧客の購入意欲の喚起、顧客の囲い込み等の目的から、商品の購入金額に応じたポイントを顧客に付与するポイントサービスが、現実の販売店において広く行われている。顧客が獲得したポイントは、例えば、そのポイントを付与した販売店において、金銭的価値を持つこととされる。ポイントを獲得した顧客は、その販売店で商品を購入する際に、購入代金の一部にポイントを充当することができる。

【0003】

顧客は、ポイントを取得するために、ポイントサービスを行っている販売店で購入しようとする意識が働くとともに、取得したポイントを利用するべく、次回以降も、同じ販売店で購入しようという意識が生じる。このため、ポイントサービスは極めて効果的な販売戦略方法の一つとなっている。

【0004】

このポイントサービスは、現実の販売店のみならず、インターネットの普及により重要な販売形態の一つとなっている仮想店舗、いわゆるオンラインショップにおいても採用されるケースが増えてきている。

【0005】

【発明が解決しようとする課題】

ところで、現実の販売店およびオンラインショップのいずれの場合においても、顧客に付与するポイントは、購入金額に比例するものとする場合が多い。例えば、購入金額の3%にあたるポイントを付与する場合等である。通常、この比率は全商品に一律に適用される。販売価格の高い商品を購入すると、高いポイントを得ることができるため、高額商品に対する購入意欲を喚起することができる。

【0006】

一方、販売店の側からすると、販売戦略上、特に販売数を増やしたい商品がある。例えば、新製品で知名度を高めたい商品、在庫が余っている商品、人気のない商品、ライフサイクルの短い商品等である。また、顧客に対するサービスキャンペーンとして特定の商品の販売数を増やしたい場合もある。

【0007】

さらには、商品の発売前の予約段階で、ある程度の販売個数を確保したい場合もある。

【0008】

本発明は、このような状況を鑑みて成されたものであり、その目的は、特定期間内において顧客の特定商品に対する購買意欲を喚起することにある。

【0009】

【課題を解決するための手段】

上記課題を解決するため、本発明は、商品発注装置からの商品取引注文をネットワークを介して受け付ける注文受け付け装置であって、取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する第1の記憶手段と、特定の商品について、この特定商品に適用する期間と、注文に係る日付がこの期間に含まれる特定商品に適用される、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付

けて記憶する第2の記憶手段と、上記特定商品以外の商品、および、注文に係る日付が上記期間に含まれない上記特定商品に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する第3の記憶手段とを備え、前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、第1の記憶手段を参照して、前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、第2および第3の記憶手段を参照して、前記特定商品と、この商品に適用する期間と、個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する手段とを有する注文受け付け装置を提供する。

【 0 0 1 0 】

ここで、前記汎用パラメータは、商品の販売価格に対する比率を定める値であり、前記第2のポイントは、この比率と商品の販売価格とを掛け合わせるにより定めることとすることができる。

【 0 0 1 1 】

また、前記特定パラメータは、組合せに係る商品の販売価格に対する比率を定める値であり、前記第1のポイントは、この比率と組合せに係る商品の販売価格とを掛け合わせるにより定めることとすることができる。

【 0 0 1 2 】

【発明の実施の形態】

本発明の実施の形態について図面を参照して詳細に説明する。

【 0 0 1 3 】

図1は、本実施形態のネットワーク販売システムの概略を説明するための図である。図示するように、本実施形態は、顧客装置1と販売店装置2とが、インターネット3を介して、互いに接続されて構成されているネットワーク販売システムに本発明を適用した例である。もちろん本発明はこのような構成に限られるものではない。例えば、顧客装置1、販売店装置2は複数あってもよい。

【 0 0 1 4 】

販売店装置2のユーザである販売店は、インターネット3上で、オンラインショップを開設している。このオンラインショップでの取引対象は、販売店の製造する商品であってもよいし、他の者に係る商品であってもよい。また、商品

には役務も含まれる。

【0015】

顧客装置1のユーザである顧客は、オンラインショップにアクセスし、希望の商品の注文を行うことができる。このときの処理を円滑化するため、販売店装置2は、オンラインショッピングの利用に先立ち、配送先情報、決済情報等の登録を顧客に義務付けることができる。販売店装置2で注文を受け付けた販売店は、注文に係る商品を、顧客に配送するための手続を行う。また、注文には予約注文も含まれる。

【0016】

このオンラインショップでは、顧客の購買のインセンティブを喚起するため、顧客からの注文を受け付けると、購入金額に応じたポイントを顧客に付与する。このポイントは、オンラインショップ内で、例えば、1ポイント当たり1円に換算して、次回の購入時に利用ポイント数に応じた割引サービスを受けるのに使用したり、所定のポイント数とプレミアム商品とを交換するのに使用することができる。

【0017】

顧客に付与するポイントは、原則として購入金額に一定の比率を掛け合わせた値であるが、特定の商品に関しては、期間を限定して、特別の比率を適用して付与ポイントを算出する。このようにすることにより、例えばある期間に販売数を増やしたい商品、あるいは、予約数を確保したい商品について、期間を限定して高い比率を設定することができる。その結果、特定期間において顧客の特定商品に対する購買意欲を高めることができる。

【0018】

図2は、顧客装置1の概略構成図である。顧客装置1は、商品発注装置として機能し、図示するようにCPU11と、主記憶装置12と、ハードディスク装置等の外部記憶装置13と、CD-ROM、DVD-ROM等の可搬性を有する記憶媒体15からデータ、プログラム等を読み取る読取装置14と、キーボード、マウス等の入力装置16と、ディスプレイ等の表示装置17と、インターネット3を介して販売店装置2と通信を行うための通信装置18と、上述した各構成要

素間のデータ送受信をつかさどるインタフェース19とを備えた、一般的な構成を有するコンピュータ上に構築することができる。

【0019】

外部記憶装置13には、コンピュータの動作を統括的に制御するためのOS (Operating System) 131と、WWWブラウザプログラム132と、通信プログラム133とが格納されている。もちろん、必要に応じて他のプログラムも格納することができる。

【0020】

CPU11は、WWWブラウザプログラム132と通信プログラム133とを主記憶装置12上にロードし、実行する。これにより、WWWブラウザ111と、通信処理部112とをコンピュータ上に構築する。

【0021】

WWWブラウザ111は、販売店装置2が公開するHTML形式のデータ (Webページ等) を、HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) を利用して閲覧可能とする。

【0022】

通信処理部112は、通信装置18を制御し、WWWブラウザ111が、販売店装置2と通信を行うために必要な各種プロトコル、例えばPPP、TCP/IP等を処理する。

【0023】

図3は、販売店装置2の概略構成図である。販売店装置2は、注文受け付け装置として機能し、図示するようにCPU21と、主記憶装置22と、ハードディスク等の外部記憶装置23と、CD-ROM、DVD-ROM等の可搬性を有する記憶媒体25からデータ、プログラム等を読み取る読取装置24と、キーボード、マウス等の入力装置26と、ディスプレイ等の表示装置27と、インターネット3を介して顧客装置1と通信を行うための通信装置28と、上述した各構成要素間のデータ送信をつかさどるインタフェース29とを備えた、一般的な構成を有するコンピュータ上に構成することができる。

【0024】

外部記憶装置23には、コンピュータの動作を統括的に制御するためのOS (Operating System) 231と、WWWサーバプログラム232と、通信プログラム233と、付与ポイント管理プログラム234と、商品データベース235と、顧客データベース236と、ポイント設定ファイル237と、Web生成用データファイル238とが格納されている。もちろん、必要に応じて他のプログラムも格納することができる。

【0025】

CPU21は、WWWサーバプログラム232と、通信プログラム233と、付与ポイント管理プログラム234とを主記憶装置22上にロードし、実行する。これにより、WWWサーバ211と、通信処理部212と、付与ポイント管理部213とをコンピュータ上に構築する。

【0026】

WWWサーバ211は、HTML形式のデータを、顧客装置1のWWWブラウザ111がHTTPを利用して閲覧できるように公開する。

【0027】

通信処理部212は、通信装置28を制御し、WWWサーバ211が顧客装置1と通信を行うために必要な各種プロトコルを処理する。

【0028】

付与ポイント管理部213は、商品の購入に際して顧客に付与するポイントについての設定を受け付け、ポイント設定ファイル237に記録する。

【0029】

商品データベース235は、図4に一例を示すように、商品を識別するためのコードである商品ID2351と、商品名2352と、販売価格2353と、その商品の属性、例えば、「家電」「ゲーム機」「ソフトウェア」等に分類される属性2354と、その商品の画像を生成するためのイメージデータ2355とを関連付けて格納する。

【0030】

顧客データベース236は、図5に一例を示すように、顧客を識別するためのコードである顧客ID2361と、顧客名2362と、電子メールアドレス23

63と、商品配送先2364と、クレジットカード情報等の決済に必要な情報2365と、顧客が取得したポイント数2366と、購入商品と購入日付を記録する購入履歴2367とを関連付けて格納する。

【0031】

ポイント設定ファイル237は、ポイント付与に関して設定された情報を格納するためのファイルで、図6に一例を示すように、商品ID2371と、ポイント比率2372と、このポイント比率を適用する期間を定める開始日付2373と、終了日付2374とを関連付けて格納する。

【0032】

本例においては、ポイント設定ファイル237の第1行目237aには、基本ポイント比率が格納され、2行目以降237b、237c・・・に期間限定で特定商品に適用される特定ポイント比率が格納される。基本ポイント比率と特定ポイント比率とについては後述する。

【0033】

Webページ生成用データファイル238は、Webページを生成するためのページファイル、テンプレートファイル等を格納する。WWWサーバ211は、本ファイルを参照してWebページを生成する。

【0034】

次に、上記構成のネットワーク販売システムの動作について説明する。

【0035】

ネットワーク販売システムは、販売店装置2が付与ポイントの設定を受け付ける処理と、販売店装置2が顧客装置1のアクセスを受け付け、オンラインショップを提供する処理とを行う。

【0036】

まず、販売店装置2が付与ポイントの設定を受け付ける処理について、図7のポイント設定受け付け処理ブロック図を参照して説明する。

【0037】

図4に示したように販売店装置2の商品データベース235には、販売店装置2で取り扱う商品に関する情報、例えば、販売価格、画像データ等があらかじめ

格納されている。もちろん、販売者は商品データベース235に格納する商品データに関する追加・削除・修正等を自由に行うことができる(S101)。この処理については通常のデータベース操作により行うことができる。

【0038】

本実施形態において、顧客に付与するポイントは、注文に係る商品の購入代金に比例するものとする。例えば、購入代金の10%に対応するポイントとして顧客に付与することとした場合に、顧客が販売価格1000円の商品を購入すると、1000円の10%に対応する100ポイントが顧客に付与されることとなる。もちろんこの比率は販売店が自由に設定することができる。そして、設定された比率が原則としてすべての商品に一律に適用される。以下、この比率を、基本ポイント比率と称する。

【0039】

販売店は、さらに、基本ポイント比率の適用の例外として、特定の商品に対して期間を限定して適用するポイント比率を設定することができる。例えば、特定期間内に商品Aの注文(予約注文を含む)を受け付けた場合には、商品Aの購入金額の15%に対応するポイントを顧客に付与するようにすることができる。このときの比率を特定ポイント比率と称する。

【0040】

特定の商品は複数設定し、それぞれに異なる期間と特定ポイント比率とを適用することができる。

【0041】

販売店は、付与ポイント管理部213を用いて基本ポイント比率の設定(S102)と特定ポイント比率の設定(S103)とを行うことができる。付与ポイント管理部213は、販売店の実行要求を受け付けると、表示装置27に図8に一例を示すような付与ポイント設定画面400を表示させる。

【0042】

図示するように、付与ポイント設定画面400は、基本ポイント比率を入力するための基本ポイント比率入力エリア401と、特定ポイント比率を入力するための特定ポイント比率入力エリア402と、OKボタン403とを備えている。

【0043】

特定ポイント比率入力エリア402は、特定商品の指定を行う商品エリア4021と、ポイント比率を入力するポイントエリア4022と、開始期間を入力するための開始期間入力エリア4023と、終了期間を入力するための終了期間入力エリア4024とを備えている。

【0044】

WWWサーバ211は、本画面の表示に先立ち、ポイント設定ファイル237を参照し、既に設定されている基本ポイント比率等の値を取得して、本画面400で既定値が確認できるよう基本ポイント比率入力エリア401と、特定ポイント比率入力エリア402とに表示する。

【0045】

販売店は、入力措置26を用いて、基本ポイント比率入力エリア401に値を入力、もしくは、値を修正することができる。

【0046】

また、特定ポイント比率入力エリア402において、商品と、特定ポイント比率と、開始期間および終了期間とを入力、もしくは、修正することができる。また、既に入力されている商品と特定ポイントと開始期間、終了期間を消去することができる。

【0047】

本実施形態において、特定ポイントエリア比率402には、1行に付き一つの特定商品に関する特定ポイント比率を入力する。

【0048】

OKボタン403のクリックを受け付けると、付与ポイント管理部213は、基本ポイント比率入力エリア401と特定ポイント比率入力エリア402とに入力されたデータを、ポイント設定ファイル237に記録する。

【0049】

なお、特定商品を指定する画面は本例に限らず、種々の形態を取ることができる。例えば、商品データベース235を参照して、図9に一例を示すように、特定ポイント比率設定画面410に商品の一覧表を表示させて、指示を受け付ける

ようにしてもよい。

【0050】

本図において、特定ポイント比率設定画面410は、商品名の一覧が表示される商品リストエリア411と、特定ポイント比率入力エリア412と、開始日付入力エリア413と、終了日付入力エリア414と、設定終了ボタン415とを備えている。

【0051】

販売店は、特定の商品についてのポイント比率を、商品リストエリア411に表示された商品名に対応する特定ポイント比率入力エリア412に入力することができる。さらに、そのポイント比率を適用する期間の開始日付を開始日付入力エリア413に、終了日付を終了日付入力エリア414に入力することができる。そして、設定終了ボタン415をクリックすることにより、登録することができる。

【0052】

すなわち、WWWサーバ211は、本画面で設定終了ボタン415のクリックを受け付けると、特定ポイント比率入力エリア412に入力されたポイント比率と、開始日付エリア413と終了日付エリア414とに入力された情報により定められる期間と関連付けてポイント設定ファイル237に記録して、本画面410を終了させる。

【0053】

以上、販売店装置2が、付与ポイントの設定を受け付ける処理について説明した。

【0054】

次に、販売店装置2が顧客装置1のアクセスを受け付け、オンラインショップを提供する処理について説明する。

【0055】

図10は、このときの販売店装置2の動作を説明するためのフロー図である。

【0056】

WWWサーバ211は、通信処理部212を介して、顧客装置1のアクセスを

受け付けると、顧客装置 1 の WWW ブラウザ 1 1 1 に Web ページの閲覧を行わせる。

【 0 0 5 7 】

まず、WWWサーバ 2 1 1 は、WWW ブラウザ 1 1 1 に、図 1 1 に一例を示すような認証画面 5 0 0 を提示して、認証処理を行う（S 2 0 1）。図示するように、この認証画面 5 0 0 は、顧客 ID 入力エリア 5 0 1、パスワード入力エリア 5 0 2、OK ボタン 5 0 3、新規登録ボタン 5 0 4 とを備えている。なお、Web ページの画面を生成するためのデータは Web 生成用データファイル 2 3 8 に格納されており、WWWサーバ 2 1 1 は、あらかじめ定められた画面遷移規則にしたがって、Web 生成用データファイル 2 3 8 を参照して、Web 画面を生成する。

【 0 0 5 8 】

すでに本オンラインショップに登録している顧客、すなわち、顧客データベース 2 3 7 に、顧客名、電子メールアドレス、商品配送先等の情報を登録している顧客は、顧客 ID 入力エリア 5 0 1 とパスワード入力エリア 5 0 2 とにそれぞれ、自身の顧客 ID とパスワードを、入力装置 1 6 を用いて入力し、OK ボタン 5 0 3 をクリックすることにより認証処理を受けることができる。

【 0 0 5 9 】

すなわち、WWWサーバ 2 1 1 は、これらの情報を受け付けると、顧客データベース 2 3 6 を参照して認証処理（S 2 0 1）を行う。

【 0 0 6 0 】

一方、本オンラインショップに未登録である顧客は、新規登録ボタン 5 0 4 をクリックし、図示しない新規登録画面を表示させて、新規登録処理を行うことができる。新規登録画面では、顧客データベース 2 3 6 に記録すべき情報を入力し、顧客登録をすることができる。WWWサーバ 2 1 1 は、これらの情報を受け付けると、顧客データベース 2 3 6 に記録する。

【 0 0 6 1 】

次に、WWWサーバ 2 1 1 は、顧客装置 1 に対して商品が掲載された Web ページを提示する（S 2 0 2）。商品を掲載した Web ページは、例えば階層構造

とすることができる。図12は、このときのWebページの遷移の一例を説明する図である。WWWサーバ211は、認証処理を終えた顧客装置1の表示装置17に、商品カタログ選択画面510を提示する。商品カタログ選択画面510は、商品の属性、例えば「家電」「ゲーム機」「ソフトウェア」等を表示するボタン群511を備えている。

【0062】

いずれかのボタン511のクリックを受け付けると、WWWサーバ211は、その属性の商品一覧表示画面520を提示して、購入商品の指定を受け付ける（S203）。

【0063】

図13は、商品一覧表示画面520の一例を示す図である。この画面520は、あらかじめ作成しておき、Web生成用データファイル238に記録しておいてもよいし、商品データベース235に記録した商品データを参照して、表示ごとに動的に作成するようにしてもよい。この場合はレイアウト等が定められているWebページのテンプレートを用いると便利である。

【0064】

本図において、商品一覧表示画面520は、商品名を表示するエリア521と、販売価格522を表示するエリアと、商品画像を表示するエリア523と、購入ボタン524と、購入手続ボタン525と、戻るボタン528と、基本ポイント比率表示エリア526と、特定ポイント比率表示エリア527とを備えている。

【0065】

購入ボタン524は、対応する商品を購入対象商品に指定するときに使用するボタンである。WWWサーバ211はこのボタン524のクリックを受け付けると、外部記憶装置23の一時ファイルに、購入対象商品のリストを記録する。

【0066】

購入手続ボタン525は、購入対象商品についての購入手続に移行するためのボタンである。

【0067】

戻るボタン 5 2 8 は、商品カタログ選択画面 5 1 0 を再表示させるためのボタンである。

【 0 0 6 8 】

特定ポイント比率表示エリア 5 2 7 には、特定商品 5 2 7 1 と、その商品に係るポイント比率 5 2 7 3 と、適用期間 5 2 7 2 とが表示される。

【 0 0 6 9 】

WWWサーバ 2 1 1 は、ポイント設定ファイル 2 3 7 を参照して、これらの情報の表示を行う。また、本例の場合、ポイント設定ファイル 2 3 7 には、特定商品の組合せは商品 ID を用いて記録されている。このため、WWWサーバ 2 1 1 は、商品データベース 2 3 5 を参照し、ポイント設定ファイル 2 3 7 に記録されている商品 ID に対応する商品名を抽出し、その商品名を特定ポイント比率表示エリア 5 2 7 に表示する。

【 0 0 7 0 】

また、WWWサーバ 2 1 1 は、終了期間を経過したポイント設定データは表示させないようにすることが望ましい。また、開始期間前のポイント設定データについても表示させないようにしてもよい。ただし、予告の意味で表示させるようにしてもよい。

【 0 0 7 1 】

ここで、特定ポイント比率を基本ポイント比率より高く設定しておけば、顧客の特定の商品に対する購買意欲を喚起することができる。

【 0 0 7 2 】

購入対象商品の指定を受け付け、購入手続ボタン 5 2 5 のクリックを受け付けると、WWWサーバ 2 1 1 は、付与ポイントの算出処理（S 2 0 4）を行う。

【 0 0 7 3 】

WWWサーバ 2 1 1 は、購入対象商品を記録した一時ファイルと、ポイント設定ファイル 2 3 7 とを参照して、購入対象となっている商品群に、ポイント設定ファイル 2 3 7 に記録された特定の商品であって、その開始日付と終了日付によって定められる期間が注文に係る日付を含んでいる商品が含まれているかどうかを検索する。

【0074】

そして、特定の商品が抽出された場合には、その商品に関しては、販売価格に対して、特定ポイント比率を乗じた値を、特定ポイントとして算出する。もちろん、特定商品が複数含まれているときには、それぞれの特定商品において同様の処理を行い、その合計を特定ポイントとする。

【0075】

それ以外の商品に関しては、販売価格の合計値に対して、基本ポイント比率を乗じた値を、基本ポイントとして算出する。

【0076】

そして、特定ポイントと基本ポイントを加えたポイント数を、付与ポイント数とする。

【0077】

付与ポイントの算出処理を終えると、WWWサーバ211は、顧客装置1の表示装置17に、図14に一例を示すような購入手続画面530を提示する（S205）。

【0078】

本図に示すように、購入手続画面530は、購入商品リスト531と、購入金額表示エリア532と、付与ポイント表示エリア533と、配送先表示エリア534と、支払方法表示エリア535と、購入決定ボタン536と、商品一覧表示画面520を再表示させるための戻るボタン537とを備えている。

【0079】

WWWサーバ211は、顧客データベース236を参照して、あらかじめ顧客ごとに登録されている配送先と支払方法に関する情報を抽出し、それぞれ、配送先表示エリア534と、支払方法表示エリア535とに表示する。なお、本画面で、購入商品の変更、配送先の変更、支払方法の変更等を受け付けるようにしてもよい。

【0080】

WWWサーバ211は、購入決定ボタン536のクリックを受け付けると、付与ポイント表示エリア533に表示したポイント数を、顧客データベース236

のポイント数 2 3 6 6 に追加する。また、顧客データベース 2 3 6 の購入履歴 2 3 6 7 に、購入日と購入商品に関する情報を付加する。

【 0 0 8 1 】

なお、ポイントを付与するタイミングについては任意であるが、購入決定時ではなく、発送手続時に顧客データベースに追加するようにしてもよい。なぜならば、オンラインショップは、注文と商品の受け渡しが同時でないという特徴を有しているため、注文受付時にポイントを付与するとすると、注文受付後から商品配送時までの間に注文キャンセル等が発生した場合のポイント調整が煩雑になってしまうからである。特に予約注文のときにこの問題が大きくなる。

【 0 0 8 2 】

この場合は、顧客 ID と付与ポイント数とを関連づけた情報を、顧客データベース 2 3 6 のポイント数 2 3 6 6 とは別に、一時的に記録しておいて、発送手続時にこの情報を基に、顧客データベース 2 3 6 にポイントを追加するようにすればよい。

【 0 0 8 3 】

以上の処理により、販売店装置 2 におけるオンラインショップを提供する処理が終了する。販売店は一連の処理で受け付けた情報を元に、顧客に対して購入に係る商品の発送手続を行う。また、あらかじめ定められた決済方法により、購入代金の決済処理を行う。

【 0 0 8 4 】

なお、本発明は、上記の実施形態に限定されるものではなく、その要旨の範囲内で様々な変形が可能である。

【 0 0 8 5 】

例えば、特定の商品の組合せの購入に対して付与するポイント数は、購入価格に対する比率でなく、ポイントの絶対数であってもよい。あるいは、基本ポイント比率によって算出されるポイント数に対する加算値（ボーナスポイント）とすることもできる。

【 0 0 8 6 】

また、上記の例では、販売店が付与ポイントの設定を行う装置とオンラインシ

ショップを開設する装置は同一の装置を用いているが、これらの装置を分けることもできる。この場合は、例えば、販売店がオンラインショップを開設する装置にインターネットを介してアクセスして、Web ページを利用して付与ポイントの設定を行うようにしてもよい。

【 0 0 8 7 】

【発明の効果】

上述のように本発明によれば、特定期間内において顧客の特定商品に対する購買意欲を喚起させることができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明が適用されたネットワーク販売システムの概略を説明するためのブロック図である。

【図 2】

顧客装置の概略を説明するためのブロック図である。

【図 3】

販売店装置の概略構成を説明するためのブロック図である。

【図 4】

商品データベースのデータ構成を説明する図である。

【図 5】

顧客データベースのデータ構成を説明する図である。

【図 6】

ポイント設定ファイルの内容を説明する図である。

【図 7】

販売店装置におけるポイント設定受け付け処理のブロック図である。

【図 8】

付与ポイント設定画面の一例を示す図である。

【図 9】

特定ポイント比率の設定画面の別例を示す図である。

【図 1 0】

販売店装置が顧客装置のアクセスを受け付け、オンラインショップを提供する処理について説明するフロー図である。

【図 1 1】

認証画面の一例を示す図である。

【図 1 2】

WWWサーバの提示するWebページの遷移を説明する図である。

【図 1 3】

商品の一覧表示画面の一例を示す図である。

【図 1 4】

購入手続画面の一例を示す図である。

【符号の説明】

1…顧客装置、2…販売店装置

1 1、2 1…CPU、1 2、2 2…主記憶装置

1 3、2 3…外部記憶装置

1 1 1…WWWブラウザ

1 1 2…通信処理部

1 3 1…OS

1 3 2…WWWブラウザプログラム

1 3 3…通信プログラム

2 1 1…WWWサーバ

2 1 2…通信処理部

2 1 3…付与ポイント管理部

2 3 1…OS

2 3 2…WWWサーバプログラム

2 3 3…通信プログラム

2 3 4…付与ポイント管理プログラム

2 3 5…商品データベース

2 3 6…顧客データベース

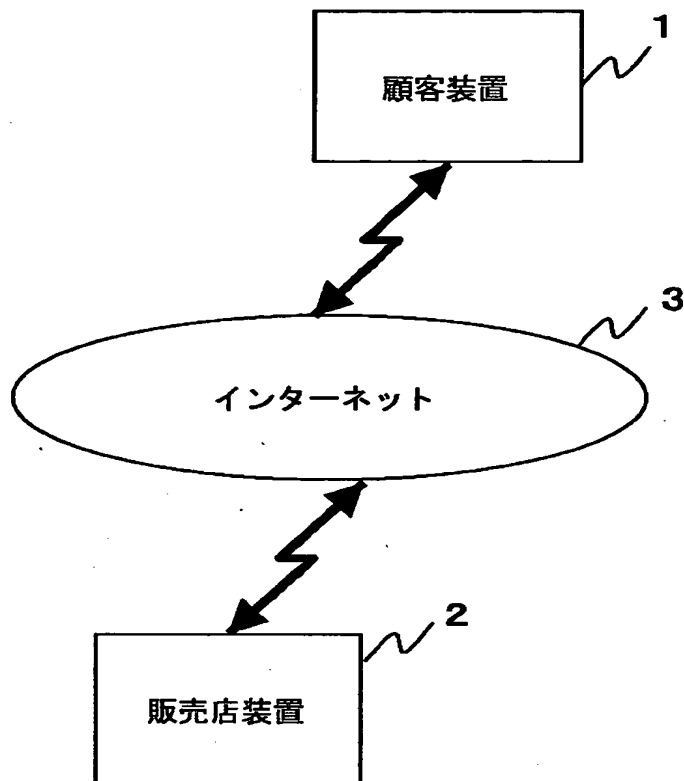
2 3 7…ポイント設定ファイル

238...Web生成用データファイル

【書類名】 図面

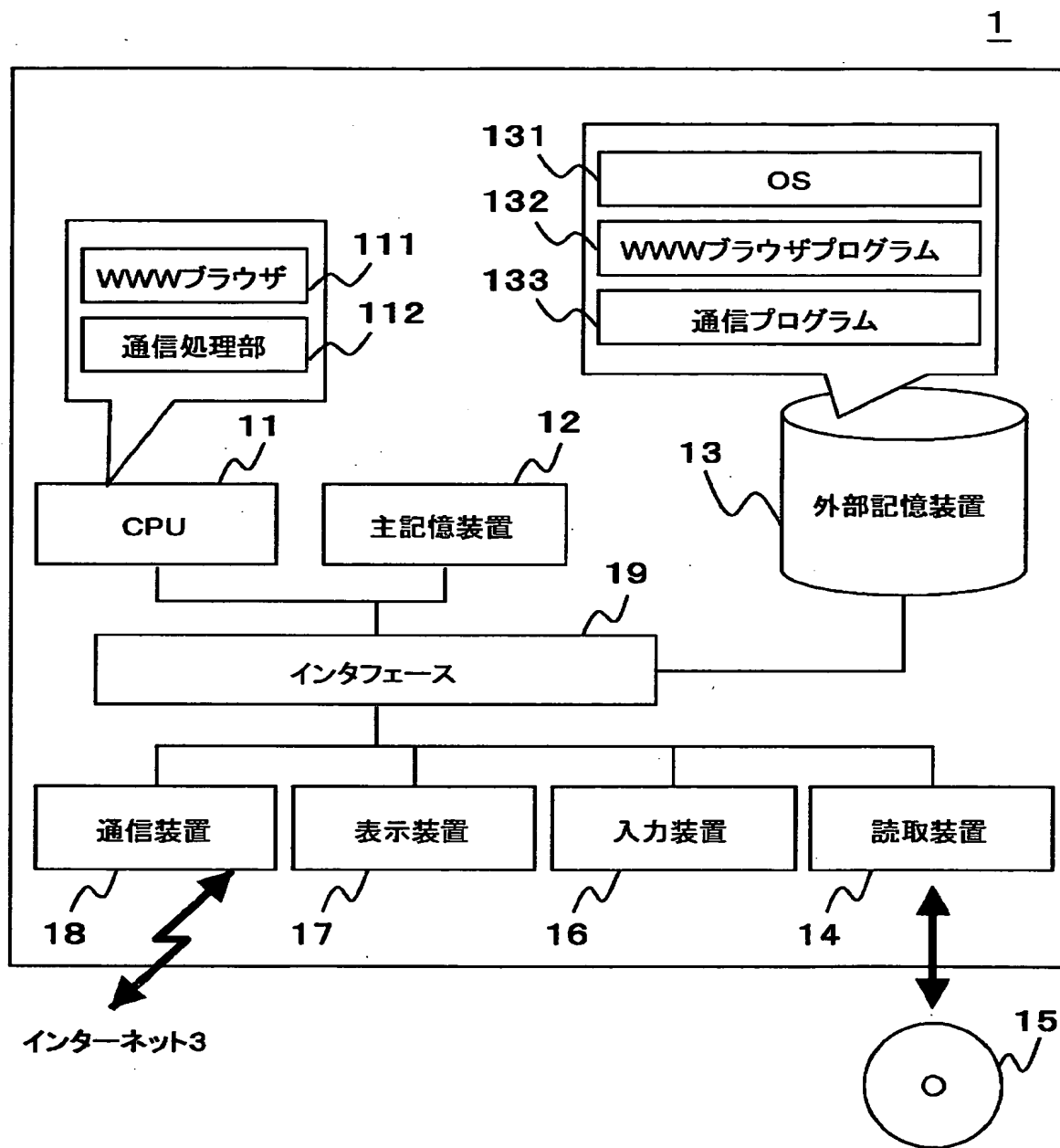
【図 1】

図 1



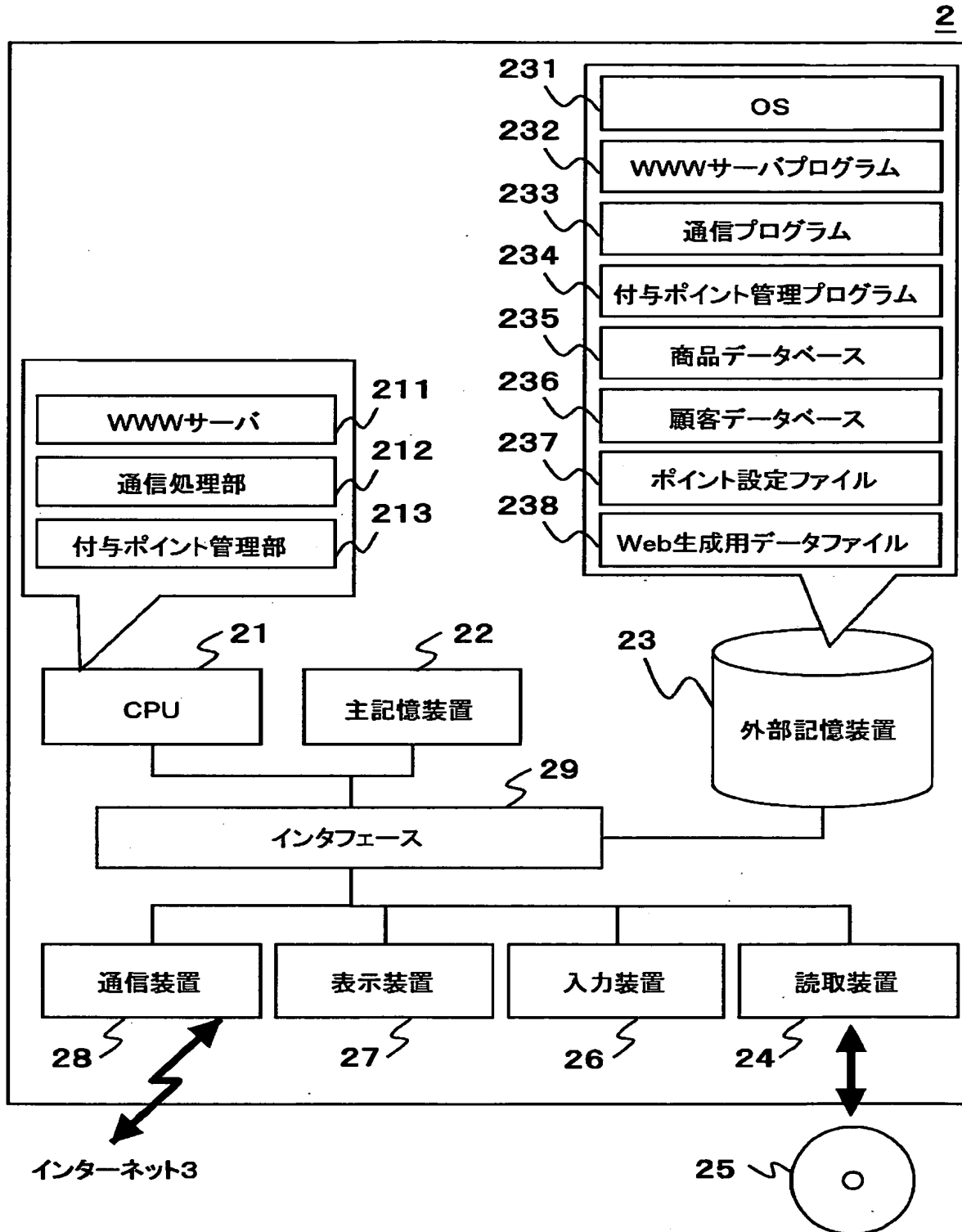
【図2】

図2



【図3】

図3



【図 4】

図 4

商品データベース

235

2351	2352	2353	2354	2355
商品ID	商品名	販売価格	属性	イメージ
A001	〇〇〇	1,000	家電	...
A002	△〇×	2,000	ゲーム機	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

【図 5】

図 5

顧客データベース

236

顧客ID	2361
顧客名	2362
電子メールアドレス	2363
商品配送先	2364
決済情報	2365
取得ポイント	2366
購入履歴	2367

【図 6】

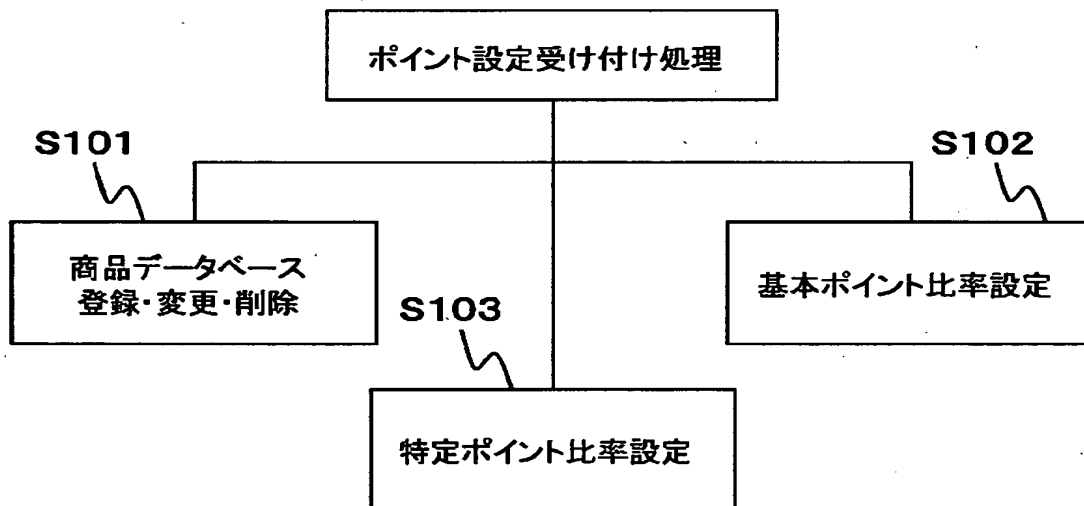
図 6

ポイント設定ファイル

	2371	2372	2373	2374	237
237a	商品ID	比率 %	開始日付	終了日付	
237b	(基本ポイント比率)	10			
237c	A001	15	1/15	1/31	
	A008	12	2/1	2/14	
	⋮	⋮	⋮	⋮	

【図 7】

図 7



【図8】

図8

付与ポイント設定画面

400

The screenshot shows a window titled '付与ポイント設定画面' (Points Award Setting Screen). At the top right, the number '400' is displayed. The main content area includes a label '基本ポイント比率' (Basic Point Rate) with a value of '10' in a box (labeled 401) followed by a '%' symbol. Below this, a label '特定ポイント比率' (Specific Point Rate) is shown. A table (labeled 402) is enclosed in a dashed box. The table has four columns: '商品ID' (Product ID), '比率' (Rate), '開始日付' (Start Date), and '終了日付' (End Date). It contains two rows of data: one for 'A001' with a rate of 15, starting on 1/15 and ending on 1/31; and another for 'A008' with a rate of 12, starting on 2/1 and ending on 2/14. To the right of the table is an 'OK' button (labeled 403). Various reference numerals (401, 402, 4021, 4022, 4023, 4024) point to specific elements in the interface.

商品ID	比率	開始日付	終了日付
A001	15	1/15	1/31
A008	12	2/1	2/14

【図 9】

図 9

特定ポイント比率設定画面

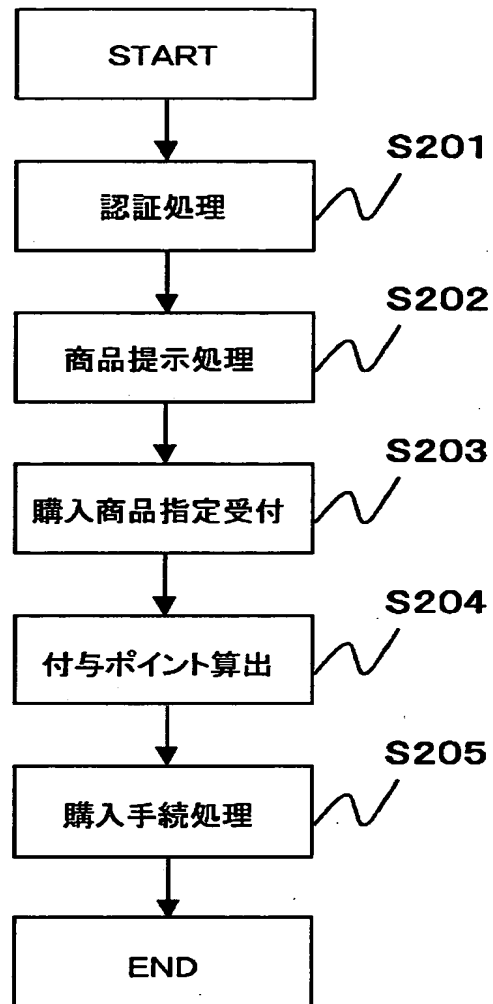
410

商品名	特定比率	開始日付	終了日付
000	15	1/15	1/31
0Δx			
x0□			
Δ0□	12	2/1	2/14
x00			

終了

【図 1 0】

図10



【図11】

図11

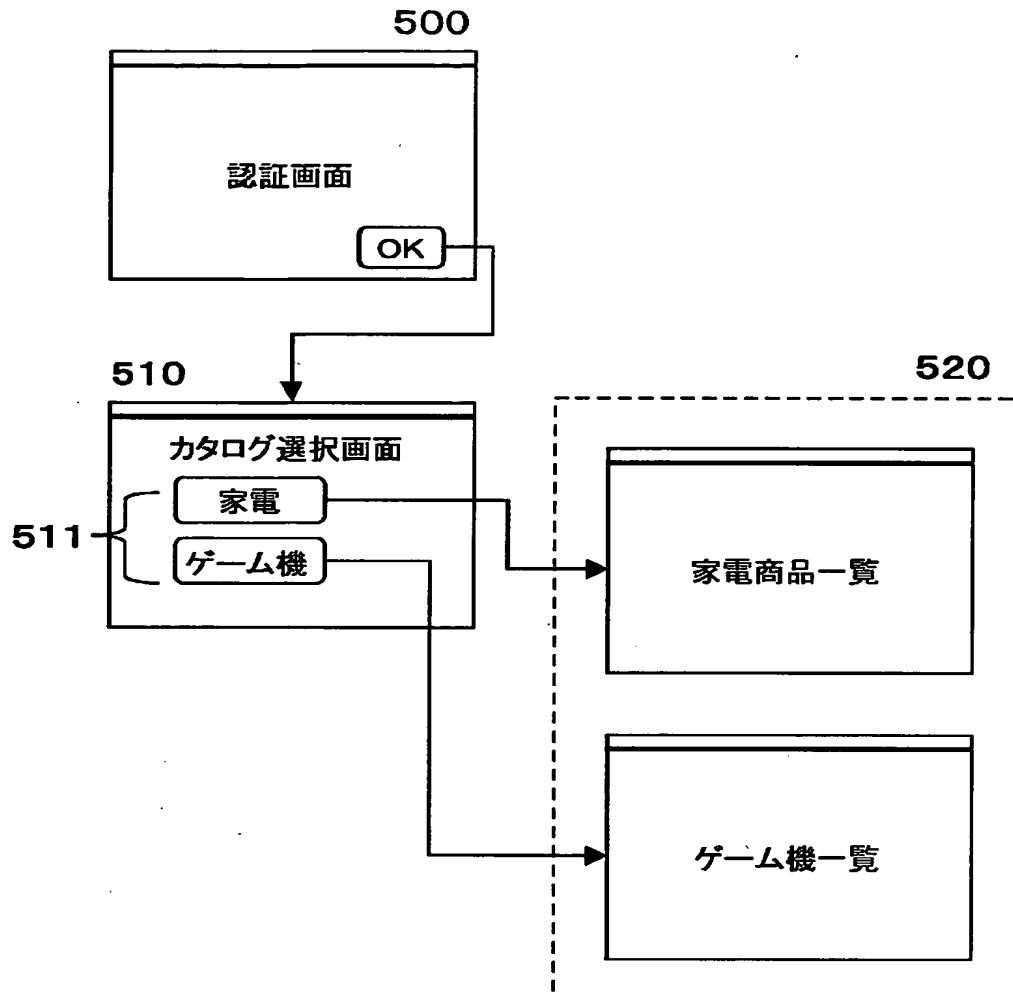
認証画面

500

The diagram shows a rectangular window representing an authentication screen. Inside the window, there are two input fields stacked vertically. The top field is labeled '顧客ID' (Customer ID) and is followed by a horizontal line for text entry. The bottom field is labeled 'パスワード' (Password) and is also followed by a horizontal line. Below these fields, there are two buttons. The button on the left is labeled '新規登録' (New Registration) and the button on the right is labeled 'OK'. Four reference numerals are used to point to specific elements: 501 points to the top input field, 502 points to the bottom input field, 504 points to the '新規登録' button, and 503 points to the 'OK' button. The window has a standard title bar with a small square icon on the left and two square icons on the right.

【図 1 2】

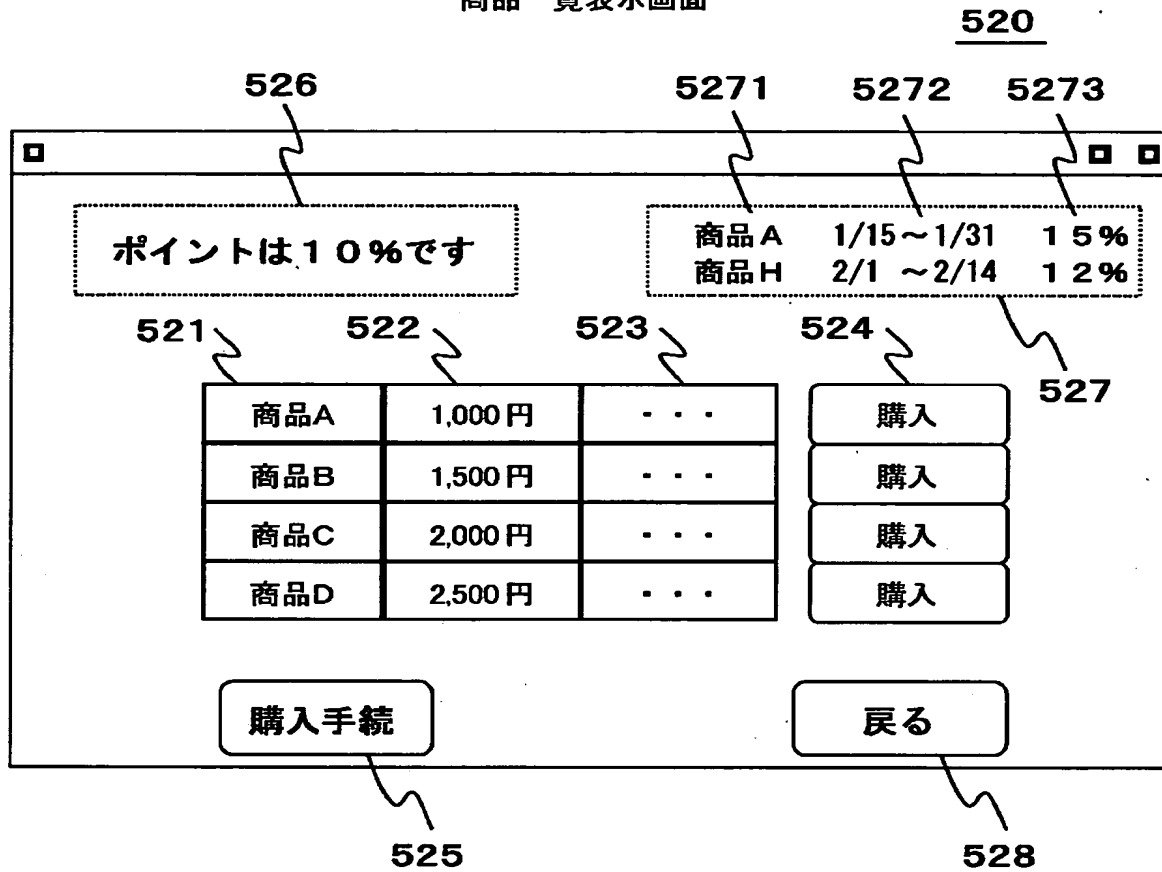
図12



【図 13】

図13

商品一覧表示画面



【図 1 4】

図 1 4

購入手続画面

530

531
購入商品

商品 A
商品 B

532
購入金額

2,500円

533
ポイント数

3 7 5

534
配送先

.....

535

カード会社
カード番号
有効期限 /

購入決定

戻る

536

537

【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 オンラインショッピングモールにおけるポイントサービスを活用して、特定期間内において顧客に対して特定商品の購買意欲を喚起する。

【解決手段】

販売店装置2は、通常適用するポイント算出法に加え、特定の商品と、その商品に期間を限定して適用する個別ポイント算出法を記憶する。注文装置1から商品の注文を受け付けると、その商品が特定の商品であるかどうかを判断し、特定商品に関しては、個別ポイント算出法を用いてポイントを算出する。個別ポイント算出法を、通常のポイント算出法に比べ、顧客にとって有利な条件とすることで、特定期間内において顧客の特定商品に対する購買意欲を喚起することができる。

【選択図】 図1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [395015319]

1. 変更年月日	1997年 3月31日
[変更理由]	住所変更
住 所	東京都港区赤坂7-1-1
氏 名	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント